

РАЗРАБОТКА КЛАССИФИКАЦИИ ДЛЯ АНАЛИЗА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ИНТЕРНЕТЕ.

Бобкова И.А.

Центральный экономико-математический институт Российской Академии наук
Россия, 117418, г. Москва, Нахимовский просп., 47 к-та 909
Тел. (499) 724-2476, (495) 129-0711 Email: bobi@cemi.rssi.ru

В последние годы социальные сети все больше завоевывают Интернет - пространство. При том, что первые социальные сети в Интернете появились лишь 12 лет назад, сейчас они стали неотъемлемой частью мирового и регионального Интернета. По количеству посещений в день и охвату аудитории крупнейшие сети соизмеримы с лучшими поисковиками, а в последние 2-3 года стали входить в первую десятку и по выручке от рекламы (по данным Интернет-ресурсов). В рунете первая социальная сеть появилась в 2005 г (Moikrug.ru), а сейчас возникает по несколько сетей в день. Все они разного уровня, многие являются «однодневками» и быстро исчезают, но именно социальные сети являются сейчас наиболее динамично развивающимся сегментом рынка Интернета.

Между странами существуют серьезные отличия при пользовании сетями, которые объясняются временем включения страны в мировое коммуникационное пространство, технической оснащенностью, менталитетом населения. Но несмотря на существенные отличия, во всех странах идет процесс резкого увеличения численности пользователей социальных сетей и улучшения сервиса. Этот процесс социализации Интернета требует серьезного социально – экономического исследования и разработки их классификации. Можно использовать следующие направления для классификации:

- 1) по территориальному признаку – международные, государственные, региональные, локальные и т.п.;
- 2) по типу – универсальные, тематические (внутри этого направления можно предложить еще несколько уровней классификации, например, тематические можно еще классифицировать по теме поиска);
- 3) по уровню использования Web'a;
- 4) по доступности информации – открытые, закрытые, смешанные;
- 5) по численности с внутренней классификацией по числу посетителей в день, числу зарегистрированных пользователей и т.п.;
- 6) по аудитории – по возрасту, по социальному статусу, по профессии.
- 7) по технологическим особенностям.

По количеству рынок социальных сетей уже близок к точке насыщения. Поэтому социальные сети перейдут на новый уровень и станут и более профессиональными, и в большей степени пригодными для ежедневного использования благодаря новым сервисам. Не за горами также создание глобальных сетей, 3D миров, включение в социальные сети роботов - андроидов. Все эти проблемы требуют детального рассмотрения и тщательного социально-экономического анализа.